

**PENGARUH VARIABEL-VARIABEL KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PDAM
“DELTA TIRTA” SIDOARJO**

Disusun oleh :

HIMMATUL ALIYAH
0642010076

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program
Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
pada tanggal :.....

Menyetujui,

Pembimbing

Tim Penguji :

1. Ketua

Susi Hariyawati, S.Sos, MSi
NIP. 196402151991032001

Dra. Sonja Andarini, MSi
NIP. 196503261993092001
2. Sekretaris

Drs. Nurhadi, MSi
NIP. 196902011994031001
3. Anggota

Susi Hariyawati, S.Sos, MSi
NIP. 196402151991032001

Mengetahui,
DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparwati, MSi
NIP. 195507181983022001

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR.....	iii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TIJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Konsep Perusahaan Daerah.....	6
2.1.2 Pengertian Pelayanan	7
2.1.2.1 Bentuk – bentuk Pelayanan.....	9
2.1.2.2 Prinsip – prinsip Pelayanan.....	11
2.1.2.3 Sasaran pelayanan	11
2.1.2.4 Faktor Pendukung Pelayanan.....	13
2.1.3 Pemasaran Jasa.....	14
2.1.3.1 Konsep Manajemen Pemasaran	14
2.1.3.2 Pengertian Jasa	15
2.1.3.3 Karakteristik Jasa	17
2.1.3.4 Klasifikasi Jasa.....	20
2.1.3.5 Kategori Jasa	22

2.1.4 Pengertian Kualitas	25
2.1.4.1 Kualitas Pelayanan	26
2.1.4.2 Tujuan Kualitas Pelayanan.....	28
2.1.4.3 Dimensi Kualitas Pelayanan	29
2.1.5 Konsep Manajemen Pelayanan prima.....	32
2.1.6 Pelayanan Yang berfokus Pada Kepuasan Pelanggan	34
2.1.6.1 Strategi Kepuasan Pelanggan.....	36
2.1.6.2 Mengukur Kepuasan Konsumen	37
2.1.7 Kerangka Berfikir	40
2.1.8 Hipotesis.....	42

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	43
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Penentuan Sampel	47
3.2.1 Populasi	47
3.2.2 Sampel.....	48
3.2.3 Teknik Penentuan Sampel.....	48
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.3.1 Jenis Data	49
3.3.2 Sumber Data.....	49
3.3.3 Pengumpulan Data	49
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	50
3.4.1 Uji Validitas	50
3.4.2 Uji Reliabilitas	51

3.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	52
3.4.4 Regresi Linier Berganda	55
3.4.4 Pengujian Hipotesis.....	56

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Perusahaan	59
4.1.1 Visi Perusahaan.....	59
4.1.2 Misi Perusahaan	60
4.1.3 Prestasi Perusahaan	60
4.2 Diskripsi Hasil Penelitian.....	62
4.2.1 Diskripsi Variabel Reabilitas	62
4.2.2 Diskripsi Variabel Keandalan	63
4.2.3 Diskripsi Variabel Ketanggapan	65
4.2.4 Diskripsi Variabel Jaminan	67
4.2.5 Diskripsi Variabel Perhatian	69
4.2.6 Diskripsi Variabel Kepuasan Konsumen	71
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	74
4.3.1 Uji Validitas	74
4.3.2 Uji Reabilitas.....	75
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	76
4.4.1 Multikolinieritas.....	76
4.4.2 Heterokedastisitas	77
4.4.3 Autokorelasi	77
4.5 hasil Pengujian Hipotesis	79

4.5.1 Uji Hipotesis Secara Simultan	82
4.5.2 Uji Hipotesis Secara Parsial	84
4.5.3 Pembahasan.....	91

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran.....	95

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Berfikir.....	39
Gambar 2 Distribusi Penerimaan Hipotesis Uji F.....	55
Gambar 3 Distribusi Permintaan Hipotesis Uji t	56
Gambar 4 Struktur Organisasi.....	59
Gambar 5 Kurva StatistikDurbin Waston	76
Gambar 6 Distribusi Kriteria Penerimaan Hipotesis Secara Simultan.....	81
Gambar 7 Kurva Distribusi Secara Parsial Variabel Reabilitas(X_1)	83
Gambar 8 Kurva Distribusi Secara Parsial Variabel Keandalan(X_2)	84
Gambar 9 Kurva Distribusi Secara Parsial Variabel Ketanggapan(X_3)	85
Gambar 10 Kurva Distribusi Secara Parsial Variabel Jaminan(X_4)	87
Gambar 11 Kurva Distribusi Secara Parsial Variabel Perhatian(X_5)	88

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Hasil Jawaban Responden Dengan Variabel Tangibel (X1)	61
Tabel 4.2	Hasil Jawaban Responden Dengan Variabel Keandalan (X2)	62
Tabel 4.3	Hasil Jawaban Responden Dengan Variabel Ketanggapan (X3)	63
Tabel 4.4	Hasil Jawaban Responden Dengan Variabel Jaminan (X4)	65
Tabel 4.5	Hasil Jawaban Responden Dengan Variabel Perhatian (X5)	67
Tabel 4.6	Hasil Jawaban Responden Dengan Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	69
Tabel 4.7	Uji Validitas	72
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas	73
Tabel 4.9	Nilai Variance Inflation Variabel Bebas	74
Tabel 4.10	Tes Heterokedastisitas Dengan Korelasi Rank Spearman	75
Tabel 4.11	Analisis Varian (ANOVA).....	77
Tabel 4.12	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	78

“PENGARUH VARIABEL – VERIABEL KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PDAM “DELTA TIRTA” SIDOARJO”

HIMMATUL ALIYAH

0642010076

ABSTRAKSI

Pemasaran merupakan salah satu media bagi perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Agar tujuan tersebut tercapai maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan memberikan pelayanan yang menyenangkan, fasilitas – fasilitas yang menunjang dan prosedur yang ditetapkan perusahaan.

Kualitas pelayanan memegang peranan yang sangat penting didalam menentukan kepuasan konsumen. Untuk menunjang kualitas layanan yang baik harus ditunjang dengan teknik dan prosedur yang benar sehingga fasilitas – fasilitas yang terdapat pada perusahaan dapat berfungsi dengan baik. Kepuasan konsumen akan tercipta dengan baik apabila terjadi interaksi yang baik diantara keduanya.

Dalam penelitian ini mempunyai variabel bebas yaitu kualitas layanan berupa Bukti fisik (X_1), Keandalan (X_2), Ketanggapan (X_3), Jaminan (X_4), Perhatian (X_5) dengan variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y). populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang mewakili semua cabang di Sidoarjo dengan jumlah sampel 59 responden. Teknik penarikan sampel secara *Non-probability* dengan menggunakan *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer, dimana pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Adapun teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang berupa Bukti fisik (X_1), Keandalan (X_2), Ketanggapan (X_3), Jaminan (X_4), Perhatian (X_5) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), dimana hasil uji F menunjukkan nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel. Sedangkan berdasarkan uji t menunjukkan bahwa 3 variabel yaitu Bukti fisik (X_1), Keandalan (X_2), Jaminan (X_4), secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dan 2 variabel Ketanggapan(X_3) dan Perhatian(X_5) tidak berpengaruh signifikan. akan tetapi variabel jaminan (X_4) mempunyai pengaruh jauh lebih besar dibandingkan dengan ke 4 variabel tersebut. Hal ini ditunjukkan dengan nilai r parsial sebesar 0,575.

Katakunci: Buktifisik(X_1), Keandalan(X_2), Ketanggapan(X_3), Jaminan(X_4), Perhatian(X_5) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada abad yang modern ini perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi semakin maju, maka sudah dapat dipastikan bahwa tingkat peradaban suatu bangsa akan semakin meningkat. Hal ini mendorong perkembangan usaha yang semakin pesat dan persaingan pasar yang semakin ketat, sehingga menuntut adanya sistem pemasaran yang semakin baik pada setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang industry maupun jasa.

Pemasaran merupakan salah satu media bagi perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Agar tujuan tersebut tercapai maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan memberikan pelayanan yang menyenangkan, fasilitas yang menunjang dan prosedur yang ditetapkan perusahaan.

Kualitas pelayanan memegang peranan yang sangat penting didalam menentukan kepuasan konsumen. Untuk menunjang kualitas layanan yang baik harus ditunjang dengan teknik dan prosedur yang benar sehingga fasilitas yang terdapat pada perusahaan dapat berfungsi dengan baik. Itu semua dapat ditunjang

dengan kualitas pelayanan yang baik, kepuasan konsumen akan tercipta dengan baik apabila terjadi interaksi yang baik diantara keduanya.

Dengan semakin meningkatnya tingkat hidup masyarakat, maka kebutuhan masyarakat terhadap barang atau jasa semakin meningkat. Hal ini akan membawa pengaruh terhadap perilaku mereka dalam memilih barang atau jasa yang akan mereka pilih ataupun dalam menggunakan kebutuhan air bersih yang mereka anggap paling sesuai dan benar – benar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

Keberadaan pelayanan air bersih banyak memberikan pilihan bagi konsumen untuk mempertimbangkan lagi. Kebiasaan konsumen menggunakan jasa air bersih bukanlah merupakan hal yang mengherankan karena semakin sulitnya mendapatkan aliran air yang benar – benar bersih.

Dengan semakin banyaknya konsumen yang sulit mendapatkan air bersih, maka Perusahaan Daerah Air Minum menawarkan kepada masyarakat atau konsumen untuk menggunakan jasa aliran air bersih yang sesuai dengan kebutuhan konsumen itu sendiri, sehingga konsumen mendapat kepuasan dalam menggunakan jasa tersebut.

Jasa layanan air bersih merupakan pemasaran dibidang jasa. Dengan melihat jumlah penduduk yang membutuhkan jasa layanan air bersih semakin meningkat. Hal ini mengakibatkan tumbuhnya perusahaan daerah untuk mendirikan usaha pengaliran air bersih atau yang disebut PDAM (perusahaan daerah air minum).

Untuk dapat memberikan pelayanan yang baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen maka pihak perusahaan harus meningkatkan kualitas layanan jasa yang diberikan kepada konsumen, antara lain melalui dimensi reliable yaitu memberikan layanan secara akurat sejak pertama kali, keandalan yaitu kemampuan dalam pemberian layanan yang dijanjikan dapat dilaksanakan dan diandalkan tepat pada waktunya serta akurat, ketanggapan yaitu keinginan perusahaan membantu pelanggan memberikan layanan yang cepat dan tepat, jaminan yaitu kemampuan karyawan dalam pengetahuan, keterampilan, keramahan yang dimiliki karyawan untuk memperoleh kepercayaan dan keyakinan dari pelanggan serta perhatian yaitu sikap kepedulian dan perhatian dari perusahaan terhadap pelanggan.

Memahami kebutuhan dan keinginan konsumen dalam hal ini konsumen adalah hal penting yang mempengaruhi perusahaan dalam kepuasan konsumen. Konsumen yang puas merupakan aset yang sangat berharga karena apabila konsumen puas mereka akan terus melakukan pemakaian terhadap jasa pilihannya, tetapi jika konsumen merasa tidak puas mereka akan memberitahukan dua kali lebih hebat kepada orang lain tentang pengalaman buruknya. Untuk menciptakan kepuasan konsumen suatu perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh konsumen yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan konsumennya.

Perusahaan Daerah Air Minum didirikan untuk memberikan pelayanan air bersih dalam usaha memenuhi kebutuhan masyarakat khususnya di wilayah

Sidoarjo. Perusahaan Daerah Air Minum “Delta tirta” Sidoarjo yang diresmikan pada tahun 1976, bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat akan penyediaan air bersih dan professional fasilitas yang sangat lengkap, canggih dan mutakhir, baik ada.

Dari kenyataan atau fenomena tersebut, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa peningkatan pelayanan perlu dan harus di tingkatkan karena pada dasarnya peningkatan pelayanan merupakan tugas yang mulia bagi kantor perusahaan air minum kota Sidoarjo sebagai penyedia air bersih bagi warga Sidoarjo sesuai dengan standart pelayanan perusahaan daerah air minum kota Sidoarjo

1.1 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan perhatian secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Perusahaan Daerah Air Minum “Delta tirta” Sidoarjo ?
2. Apakah variabel bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan perhatian secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Perusahaan Daerah Air Minum “Delta tirta” Sidoarjo

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan perhatian terhadap kepuasan konsumen pada Perusahaan daerah air minum “Delta tirta” Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, perhatian terhadap kepuasan konsumen pada Perusahaan Daerah Air Minum “Delta tirta” Sidoarjo.

1.3 Manfaat Penelitian

1. Bagi Instansi / Lembaga

Sebagai bahan masukan untuk pertimbangan dalam meningkatkan pelayanan (service) yang sesuai dengan harapan pelanggan / konsumen Kantor Perusahaan Air Minum (PDAM) “Delta tirta “ Sidoarjo.

2. Bagi Universitas

Diharapkan dapat menambah referensi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.